ANALISIS KEPUASAN NASABAH TABUNGAN PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) CABANG CILACAP

Amin Budiastuti
Farida Jazarianti
Dosen Tetap STIE Satria Purwokerto

ABSTRACT

The aims of this research at examining the customer satisfaction. Those influencing are interest rate, teller sevice, waiting room facilities, service process and price. Population in this research are all customer of saving accounts in Cilacap Branch Office PT Bank Rakyat Indonesia, a sample of 100 respondents is determined by employing simple ramdom sampling method. The Fishbein Extended is used to analyse the data which calculates individual attitude upon behavior based on evaluation subjective on norm and behavior intention.
The result of the research are: the customer of saving accounts consider the interest rate, teller service, waiting room facilities, sevice facilities and price conform with customers'expectation. All attribute is important while the interest rate is the most important attribute. Family and companion agree the customer have saving accounts, personal attitude is more dominant than the reference group opinion in deciding the behavior of saving and behavior intention of customer has positive attitude.

Key words: customer satisfaction

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi sekarang ini, sektor industri sedang mengalami perkembangan yang sangat pesat. Salah satu sektor industri tersebut adalah industri perbankan. Menurut UU No. 7 tahun 1992, sebagaimana diubah dengan UU No. 10 tahun 1998 mengenai pengertian bank adalah usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak (Buchari, 2004).

Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perbankan memberikan antara lain bunga, bagi hasil, hadiah, pelayanan atau balas jasa lainnya. Semakin tinggi balas jasa yang diberikan, akan menambah minat masyarakat untuk menyimpan uangnya. Oleh karena itu pihak perbankan harus memberikan rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya (Kasmir, 2000).

Dalam pemasaran dikenal bauran pemasaran atau *marketing mix*, berupa 4 P yaitu *product, price, place* dan *promotion*. Namun untuk pemasaran jasa termasuk di dalamnya jasa perbankan harus dilengkapi dengan 3 P, yaitu *people, physical evidence* dan *process*. Hal ini disebabkan karena sifat jasa yang *intangible, inseparability, variability* dan *perishability* (Buchari, 2004).

Bauran elemen *people* sangat perlu dijaga perilaku karyawan bank tentang sikap dan keramahan, sopan santun, senyum, ada perhatian, kesabaran, memiliki pengetahuan yang cukup, ahli, ketepatan, penampilan fisik, rapih, pakaian seragam, asesoris, cepat tanggap pada kebutuhan nasabah dan penuh kepedulian.

Physical evidence meliputi fasilitas, sarana parkir, ruang tunggu, jenis kualitas pelayanan kantor, perabotan, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, interior ruangan, warna, ketersediaan formulir dan papan informasi.

Process perbankan meliputi kecepatan dan kemudahan, ketepatan, tanggap terhadap keluhan nasabah, kemudahan pembukuan, penyetoran dan penutupan buku tabungan, kemudahan penarikan, penyetoran, pengiriman uang dan kecepatan mengoreksi kesalahan.

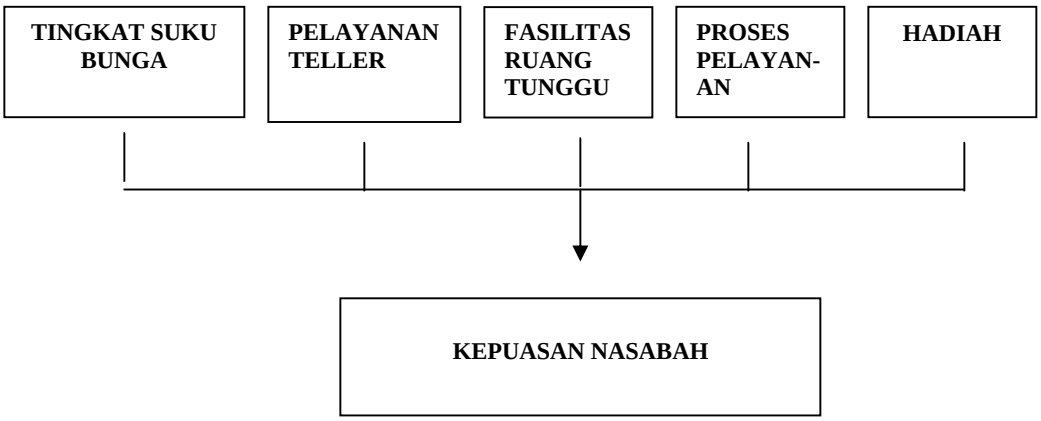
Semua bauran pemasaran tersebut bertujuan untuk memuaskan nasabah sedangkan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yakni harapan konsumen akan kinerja sebuah produk dan kenyataan yang diterima setelah mengonsumsi produk tersebut (Singgih Santoso, 2006).

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah sikap nasabah tabungan terhadap tingkat suku bunga tabungan yang ditetapkan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap?

2. Bagaimanakah sikap nasabah tabungan terhadap pelayanan teller PT. BRI (Persero) cabang Cilacap dalam memberikan pelayanan?
3. Bagaimanakah sikap nasabah tabungan terhadap fasilitas ruang tunggu yang diberikan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap?
4. Bagaimanakah sikap nasabah terhadap proses pelayanan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap?
5. Bagaimanakah sikap nasabah tabungan terhadap hadiah yang diberikan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap?
6. Apakah nasabah tabungan memperoleh referensi dari keluarga dan teman-teman nasabah untuk menabung di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap ?

Kerangka pemikiran penelitian adalah sebagai berikut:



Gambar 1 : Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN DAN ANALISIS

1. Teknik Pengambilan Sampel

Populasi nasabah tabungan pada Kantor BRI Cabang Cilacap sebanyak 200 orang. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang nasabah tabungan.

Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2003).

2. Instrumen Penelitian

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model sikap Fishbein Extended. Model sikap *Fishbein Extended* pada prinsipnya menghitung A_b (*Attitude toward behavior*), yaitu sikap seseorang terhadap *behaviour* (perilaku), berdasarkan evaluasi dan *belief* (keyakinan) konsumen konsumen tersebut, yang menekankan pada keinginan membeli seseorang konsumen, bukannya sikap konsumen semata-mata (Singgih Santoso, 2006).

Di dalam model sikap *Fishbein Extended* ditambahkan komponen SN atau *Subjective Norm* untuk pembelian produk tertentu. Faktor kelompok referensi seperti teman, keluarga, istri diperhitungkan dalam model ini.

Komponen A_b dan SN kemudian digabung menjadi hasil akhir BI (*Behavior Intention*), yaitu keinginan seseorang untuk berperilaku. Dengan demikian jika BI seseorang tinggi, maka ia cenderung akan berilaku positif, akan membeli sebuah produk, dan tidak hanya bersikap positif.

Di dalam pengukuran sikap nasabah BRI cabang Cilacap dengan model *Fishbein Extended* ini digunakan atribut. Atribut adalah sejumlah karakteristik yang melekat pada sebuah produk. Atribut yang melekat pada nasabah tabungan BRI cabang Cilacap adalah:

a. Bunga.
b. Pelayanan teller

   Pelayanan teller menyangkut semua pelayanan yang dilakuakan teller meliputi sikap dan keramahan, sopan santun, senyum, ada perhatian, kesabaran, memiliki pengetahuan yang cukup, ahli, ketepatan, penampilan fisik, rapih, pakaian seragam, asesoris, cepat tanggap pada kebutuhan nasabah, penuh kepedulian.
c. Fasilitas ruang tunggu

   Fasilitas ruang tunggu meliputi tempat duduk, kenyamanan ruang tunggu, kebersihan, kerapian, interior ruangan, warna, papan informasi.

d. Proses Perbankan

Proses perbankan meliputi kecepatan dan kemudahan, ketepatan, tanggap terhadap keluhan nasabah, kemudahan pembukuan, penyetoran dan penutupan buku tabungan, kemudahan penarikan, penyetoran, pengiriman uang, kecepatan mengoreksi kesalahan.

e. Hadiah

Skala pengukuran untuk mengukur sikap atau perilaku digunakan nilai positif dan negatif. Dalam penelitian ini digunakan skala -2 sampai +2, dimana +2 untuk jawaban “sangat setuju”, +2. +1, dan 0 untuk jawaban “netral” serta -1, -2 untuk jawaban “sangat tidak setuju”.

3. Analisis kepuasan konsumen

Urutan pengerjaan untuk menghitung kepuasan konsumen adalah sbb:

a. Menghitung nilai sikap terhadap perilaku tertentu (A_b).

Pengukuran sikap dilakukan dengan mengukur keseluruhan atribut (multiatribut), dengan rumus:

$$A_b = \sum b_i x e_i$$

Keterangan:

A_b = Sikap terhadap perilaku nasabah BRI cabang Cilacap

b_i = Keyakinan nasabah terhadap konsekuensi i karena menabung di BRI cabang Cilacap.

xe_i = Evaluasi konsumen terhadap konsekuensi i dari menyimpan di BRI cabang Cilacap.

b. Menghitung Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Konsep ini menekankan perlunya mempertimbangkan peran kelompok referensi dalam membentuk sikap seseorang. Kelompok referensi yang utama (*Salient Referents*) dalam penelitian ini adalah keluarga dan teman. Pengukuran *Subjektif Norm* mempunyai cara yang sama dengan pengkuran sikap, yaitu perkalian antara *belief* dan *motivation to comply*:

$$SN = \sum b_i x m_i$$

Keterangan:

SN = Norma Subjektif dari konsumen terhadap kelompok referensi

b_i = Keyakinan konsumen terhadap pendapat kelompok referensi jika dia berperilaku tertentu

xm_i= Keinginan konsumen untuk menuruti pendapat kelompok referensi

c. Menghitung Bobot (w)

Setelah kedua komponen utama penghitungan BI, yaitu A_b dan SN dilakukan, maka langkah selanjutnya adalah menghitung bobot A_b (dinamakan w_1) dan SN (dinamakan w_2). Penghitungan w_1 dan w_2 biasanya berdasar data masa lalu yang kemudian dibuat model regresi. Sedangkan cara lain adalah dengan membuat rata-rata w_1 dan w_2 yang didapat dari pendapat responden (sample).

d. Menghitung *Behavior Intention* (BI)

Untuk menghitung perilaku konsumen (B) atau tujuan berperilaku (BI) digunakan rumus:

$BI \approx B = (w_1.A_b) + (w_2.SN)$

Keterangan :

w_1 = bobot *attitude toward behavior*

A_b = *attitude toward behavior*

w_2 = bobot *subjective norm*

SN = *subjective normal*

4. Pengujian hipotesis

Hipotesis diterima jika nilai A_b (*Attitude toward behavior*), SN atau *Subjective Norm* dan BI (*Behavior Intention*), bernilai positif.

Hipotesis ditolak jika A_b (*Attitude toward behavior*), SN atau *Subjective Norm* dan BI (*Behavior Intention*), bernilai negatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Penelitian

a. Penentuan sikap terhadap perilaku nasabah tabungan

Perilaku nasabah PT. BRI (Persero) cabang Cilacap dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisis sikap terhadap perilaku nasabah

Atribut	Belief	Evaluation
Bunga	1,02	1,09
Pelayanan Teller	1,39	1,06
Ruang Tunggu	1,56	0,79
Proses	1,41	0,98
Hadiah	0,97	0,48

Sumber: data primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas, kolom belief dapat dijelaskan bahwa nasabah tabungan menganggap bahwa tingkat suku bunga, pelayanan teller, ruang tunggu, proses pelayanan dan hadiah sudah sesuai dengan harapan mereka saat akan menabung karena semua bertanda positif.

Dari kolom evaluation menunjukkan bahwa tingkat suku bunga merupakan hal terpenting bagi nasabah dalam menyimpan uangnya pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap. Sedangkan pelayanan teller, ruang tunggu, proses pelayanan dan hadiah juga merupakan hal yang penting tetapi tidak seperti tingkat suku bunga. Hal ini ditunjukkan dengan nilai belief pelayanan teller, ruang tunggu, proses pelayanan dan hadiah yang lebih kecil dari pada tingkat suku bunga. Kepuasan nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap secara keseluruhan ditunjukkan total nilai belief positif yaitu sebesar 6,25.

b. Hasil Norma Subjective (*Subjective Norm*)

Norma subjektif (*Subjective Norm*) nasabah tabungan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis norma subjektif

Referensi	Belief	Motivation to Comply
Keluarga	2,56	2,66
Teman	1,32	1,32

Sumber: data primer yang diolah

Tabel 2 menujukkan bahwa nilai belief baik keluarga maupun teman bertanda positif dan nilai belief keluarga lebih besar dari nilai belief teman-teman yaitu 2,56 lebih besar 1,32. Skor keseluruhan (SN) adalah 8,96. Karena nilainya positif, dapat dikatakan bahwa keluarga dan teman nasabah menyetujui jika nasabah menyimpan uangnya pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

c. Hasil Bobot (w)

Nasabah tabungan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap berpendapat bahwa sikap dirinya sendiri terhadap PT. BRI (Persero) cabang Cilacap sebesar 51% lebih menentukan dalam perilaku menabung mereka, dibanding mengikuti pendapat kelompok referensi yaitu sebesar 49%. Namun demikian perbedaan ini sangat tipis, yaitu hanya 1% sehigga dapat juga dikatakan sikap pribadi nasabah dan pendapat kelompok referensi sama-sama berpengaruh dalam menentukan perilaku nasabah menyimpan uangnya di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

d. Hasil *Behavior Intention* (BI)

Nilai *Behavior Intention* (BI) sebesar 5,53 menyatakan bahwa secara keseluruhan nasabah mempunyai sikap (berperilaku) positif terhadap PT. BRI (Persero) cabang Cilacap. Angka *Behavior Intention* (BI) tiap responden akan berarti jika dilakukan pembandingan dengan responden lain. Berdasarkan hasil perhitungan *Behavior Intention* (BI), diketahui bahwa responden nomor 55 mempunyai *Behavior Intention* (BI) terbesar, yang berarti responden nomor 55 paling mempunyai keinginan menabung di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap dibandingkan keinginan menabung responden yang lain.

2. Pembahasan Hasil penelitian

a. Pengaruh tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah tabungan. Diperoleh nilai tingkat suku bunga dalam kolom belief adalah positif yaitu sebesar 1,02. Dengan diterimanya hipotesis 1 menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap menganggap tingkat suku bunga yang ditetapkan oleh PT. BRI (Persero) sudah sesuai dengan harapan mereka Dengan demikian nasabah tabungan merasa puas terhadap tingkat suku bunga tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

b. Pengaruh pelayanan teller terhadap kepuasan nasabah tabungan. Diperoleh nilai pelayanan teller dalam kolom belief bertanda positif yaitu sebesar 1,39. Dengan diterimanya hipotesis 2 menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap menganggap bahwa pelayanan teller sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian nasabah tabungan merasa puas terhadap pelayanan teller PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

c. Pengaruh fasilitas ruang tunggu terhadap kepuasan nasabah tabungan. Diperoleh nilai fasilitas ruang tunggu dalam kolom belief bertanda positif yaitu sebesar 1,56. Dengan diterimanya hipotesis 3 menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap menganggap bahwa fasilitas ruang tunggu di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian nasabah tabungan merasa puas terhadap fasilitas ruang tunggu di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

d. Pengaruh proses pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan. Diperoleh nilai proses pelayanan dalam kolom belief bertanda positif yaitu sebesar 1,41. Dengan diterimanya hipotesis 4 menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap menganggap bahwa proses pelayanan sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian nasabah tabungan merasa puas terhadap proses pelayanan di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

e. Pengaruh hadiah yang diberikan oleh PT. BRI (Persero) cabang Cilacap terhadap kepuasan nasabah tabungan. Nilai hadiah dalam kolom belief bertanda positif yaitu sebesar 0,97. Dengan diterimanya hipotesis 5 menunjukkan bahwa

nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap menganggap bahwa hadiah yang diberikan oleh PT. BRI (Persero) cabang Cilacap sudah sesuai dengan harapan mereka. Dengan demikian nasabah tabungan merasa puas terhadap hadiah yang diberikan oleh PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

f. Pengaruh keluarga dan teman-teman terhadap nasabah tabungan untuk menabung di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap. Nasabah menganggap keluarga mereka setuju jika nasabah menabung di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap demikian juga teman-temannya, namun keluarga lebih setuju dibandingkan teman-teman. Karena nilainya positif, dapat dikatakan bahwa keluarga dan teman nasabah menyetujui jika nasabah menyimpan uangnya pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

1. Kesimpulan

a. Kepuasan nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap secara keseluruhan ditunjukkan dengan nilai 6,25. Karena nilainya positif, maka dapat dikatakan bahwa nasabah tabungan pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap puas terhadap tingkat suku bunga, pelayanan teller, fasilitas ruang tunggu, proses pelayanan dan hadiah.

b. Skor keseluruhan norma subjektif (*subjective norm*) adalah 8,96. Karena nilainya positif, dapat dikatakan bahwa keluarga dan teman nasabah menyetujui jika nasabah menyimpan uangnya di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

c. Nasabah tabungan PT. BRI (Persero) cabang Cilacap berpendapat bahwa sikap dirinya sendiri terhadap PT. BRI (Persero) cabang Cilacap sebesar 51% lebih menentukan dalam perilaku menabung mereka, dibanding mengikuti pendapat kelompok referensi yaitu sebesar 49%.

d. Angka *Behavior Intention* (BI) sebesar 5,53 menyatakan bahwa secara keseluruhan nasabah mempunyai sikap dan berperilaku positif dalam menabung pada PT. BRI (Persero) cabang Cilacap.

2. Implikasi

a. Tingkat suku bunga merupakan hal terpenting bagi nasabah dalam menabung di PT. BRI (Persero) cabang Cilacap. Sedangkan pelayanan teller, ruang tunggu, proses pelayanan dan hadiah juga merupakan hal yang penting tetapi tidak seperti tingkat suku bunga. Untuk itu pihak PT. BRI (Persero) harus dapat menetapkan tingkat suku bunga simpanan yang lebih kompetitif.

b. PT. BRI (Persero) harus lebih memperhatikan hadiah yang diberikan kepada nasabahnya. Hal ini ditunjukkan pada perhatian nasabah yang kecil terhadap hadiah yaitu sebesar 0,97 pada belief dan 0,48 pada evaluation. Jika PT. BRI (Persero) dapat menaikkan nilai hadiah yang diberikan kepada nasabah, diharapkan dapat menambah jumlah nasabah tabungan.

DAFTAR PUSTAKA

Buchari Alma, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.* Alfabeta. Bandung.

Ika Mustanti, 2005. *Pengaruh Pelayanan Customer Service, Tingkat Suku Bunga dan Realisasi Pencairan Kredit terhadap Kepuasan Nasabah paada PT. BPR Kroya Bangun Artha Kabupaten Cilacap*. Skripsi, STIE Satria. Purwokerto.

Kasmir, 2000. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Philip Kotler, 2003. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol)* , PT. Prenhallindo. Jakarta.

Singgih Santoso, 2006. *Menggunakan SPSS dan Exel untuk Mengukur Sikap dan Kepuasan Konsumen*. Alex Media Komputindo, Kelompok Gramedia. Jakarta

Sugiyono, 2003. *Statistik Untuk Penelitian.* Alfabeta. Bandung.

Tjipto Waluyo, 2006. *Analisis Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan pada BPR BKK Cilacap Utara Kabupaten Cilacap*. Skripsi, STIE Satria. Purwokerto.